

EL MANIFIESTO DE AMPHORA SOBRE ALCOHOL

Quiénes somos

Somos 71 científicos de 33 organizaciones procedentes de 14 países europeos, quienes presentamos este manifiesto al *European Debate on Evidence-based Alcohol Policy* (Debate europeo sobre políticas de alcohol basadas en la evidencia empírica), al simposio Berzelius 87, y a la quinta *European Alcohol Policy Conference* (Conferencia europea sobre políticas de alcohol), celebrada en octubre de 2012 en Estocolmo.

Hemos preparado este manifiesto debido a que nos preocupa profundamente que cada año 120.000 ciudadanos de la Unión Europea de entre 15 y 64 años fallezcan a causa del alcohol, y, sin embargo, estas muertes prevenibles perduran, año tras año, sin que haya acción política suficiente como para reducirlas.

Es necesario reducir los problemas relacionados con el consumo de alcohol en la Unión Europea

En la Unión Europea, el alcohol es apreciado, y tenemos una larga historia de consumo de alcohol. No obstante, también tenemos problemas relacionados con el consumo de alcohol: de promedio bebemos más del doble que el resto del mundo. Durante la última década nuestro consumo se ha mantenido estable en torno a un consumo registrado anual de unos 11 litros de alcohol puro por habitante de 15 o más años. Esto representa algo menos de 30g de alcohol por persona y día, lo cual equivale a 800ml de cerveza de una graduación normal.

No podemos considerar que vivimos en una sociedad justa y razonable, si ésta permite que 1 de cada 8 muertes ocurridas durante los años económicamente productivos (15-64 años) se deban al consumo de alcohol, y que los costes de este consumo nos cuesten a cada uno de nosotros alrededor de €311 al año en concepto de pérdida de productividad o costes a los sistemas de salud, de bienestar y de justicia.

Éstos constituyen costes financieros que bien podrían ser ahorrados, especialmente en tiempos de recesión económica. Más si tenemos en cuenta que en realidad estas cifras están subestimadas, ya que no incluyen todos los costes que el alcohol genera de manera indirecta a personas no bebedoras. Si éstos se incorporaran al cálculo, el coste por persona bien podría duplicarse.

Tampoco podemos considerar que vivamos en una sociedad justa cuando el daño causado por el alcohol perjudica de manera desproporcionada a las personas en situación de desventaja social.

Por cada gramo de alcohol consumido, se sabe que las personas en situación de privación material tienen más probabilidades de fallecer que las personas más pudientes, se mida como se mida.

Qué se debe hacer para reducir los problemas relacionados con el alcohol de la Unión Europea?

Consideramos convincentes aquellos argumentos a favor de informar adecuadamente a todos los consumidores de alcohol sobre los riesgos del alcohol, incluyendo que el etiquetaje con información para la salud sea obligatorio por ley, y regulado por los ministerios de salud.

En pocas palabras, cuanto más consumimos a lo largo de nuestra vida, cuanto más consumimos cada vez que bebemos, y cuanto más frecuentes son los consumos, mayor es el riesgo de padecer consecuencias negativas en nuestra salud. El riesgo de morir por una causa relacionada con el alcohol crece prácticamente de manera proporcional con la cantidad de alcohol consumida, tanto para hombres como para mujeres, y no hay ningún nivel de consumo ausente de riesgo. El riesgo de morir por una causa relacionada con el alcohol es aproximadamente de 1 de cada 100 cuando se consume un vaso grande de vino (175ml) al día. Este riesgo se multiplica por 14 hasta situarse en 1 de cada 7 cuando se bebe una botella de 750ml de vino al día.

Consideramos convincentes aquellos argumentos a favor de advertir adecuadamente a todos los consumidores europeos del hecho que el alcohol provoca una gran variedad de enfermedades y condiciones médicas, incluyendo el cáncer, utilizando para ello etiquetas de advertencia obligatorias por ley en todos los envases de bebidas alcohólicas, reguladas por los ministerios de salud.

El alcohol provoca más de 200 enfermedades y patologías diferentes. Como la sustancia intoxicante que es, causa lesiones intencionadas y no intencionadas, violencia interpersonal, homicidio, suicidio y accidentes de tráfico fatales; incrementa la probabilidad de hábitos sexuales de riesgo, enfermedades sexualmente transmisibles, y la infección del VIH; es un potente teratógeno que causa bajo peso al nacer, deficiencias cognitivas y trastornos feto-alcohólicos; es neurotóxico para el desarrollo del cerebro, llevando a cambios estructurales en el hipocampo durante la adolescencia y a un volumen cerebral reducido en la edad adulta; es una droga que produce dependencia, similar a otras sustancias controladas globalmente; es un inmunosupresor, que aumenta el riesgo de tuberculosis, HIV/SIDA y neumonía; está clasificado por la *International Agency for Research on Cancer* (Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer) como una sustancia carcinógena que provoca cáncer de boca, laringe, esófago, hígado, colorrectal y de pecho; aunque sea especialmente tóxico para el sistema cardiovascular, el consumo bajo o moderado de alcohol puede proteger frente a las enfermedades isquémicas, si bien una sola ocasión de consumo elevado en un mes anula completamente este efecto protector; el consumo elevado también conlleva un riesgo incrementado de padecer enfermedades cardiovasculares.

Consideramos que existe suficiente evidencia a favor de la subida del precio de las bebidas alcohólicas de manera inmediata mediante impuestos en toda la Unión Europea, para todos los productos alcohólicos, incluyendo el vino y la cerveza.

En la declaración conjunta de 2011 para la reunión de la ONU sobre las enfermedades no contagiosas, tanto el Foro Económico Mundial como la Organización Mundial de la Salud concluyeron que la primera de las tres mejores medidas para reducir los problemas relacionados con el alcohol es la de hacerlo más caro. En una mayoría abrumadora de los casos en que se ha estudiado este fenómeno, se ha demostrado que cuando se reduce el precio del alcohol, aumenta el consumo y aumenta el daño ocasionado. Cuando se encarece el alcohol, se consume menos y se produce menos daño. A su vez, los bebedores de elevado consumo y las personas dependientes del alcohol también beben menos cuando sube el precio. Los impuestos sobre el alcohol son buenos en el sentido que reducen la necesidad de aplicar impuestos sobre el empleo, y también generan unos ingresos públicos

importantes que pueden servir para contrarrestar las muchas otras dificultades a las que se enfrenta actualmente la Unión Europea.

Consideramos que existe suficiente evidencia a favor de aceptar un precio mínimo por gramo de alcohol como medida legítima de las políticas de alcohol de los estados miembros de la UE, aplicado a todos los productos, incluyendo el vino.

Establecer un precio mínimo por gramo de alcohol es una manera equitativa de reducir el daño, y elimina el problema de vender bebidas alcohólicas baratas en relación con su graduación alcohólica, que, por tanto, suelen ser usadas por las personas jóvenes para emborracharse. Desde hace unos años, la jurisdicción canadiense ha introducido sistemas de precios mínimos, contribuyendo a la mejora de la salud pública sin causar resistencias o fricciones en las esferas empresariales y comerciales. Las jurisdicciones del Reino Unido han introducido o prevén introducir un precio mínimo por gramo de alcohol.

Consideramos que los argumentos utilizados en contra del aumento de los precios son inválidos.

Frecuentemente se expresa la preocupación de que si se suben los precios del alcohol legal, aumentará el número de personas que fermenten o destilen su propio alcohol, o que intenten hacerse con alcohol ilegal; si bien este fenómeno se produce de manera clara en algunas partes del globo, no es tan importante en la Unión Europea. Cuando los precios varían entre jurisdicciones vecinas, los consumidores cruzan fronteras para comprar alcohol más barato. Pero cabe destacar que a veces las respuestas a diferencias de precios entre países pueden empeorar las cosas. Por ejemplo, en 2004, cuando Estonia entró a formar parte del Unión Europea, Finlandia redujo sus impuestos sobre el alcohol una tercera parte como medida para desincentivar que los consumidores compraran alcohol más barato en Estonia. Sin embargo, la consecuencia fue que entre 2003 y 2005 las muertes causadas por enfermedades del hígado se incrementaron un 52%, mientras que los ingresos del Estado se redujeron un 29%. Los que sufrieron de manera más desproporcionada las consecuencias negativas fueron aquellas personas en una situación social más desfavorable. Desde entonces, Finlandia ha aumentado su carga impositiva, y tanto el consumo como el daño relacionado con el consumo de alcohol se han reducido. Así, no parece que la reducción de los impuestos especiales al alcohol como medida frente a la compra transfronteriza sea la solución. Más bien, una mejor opción podría ser la de tener límites indicativos para la importación privada más bajos, ya que la elevada cantidad que los consumidores pueden pasar de un país a otro puede constituir una amenaza para aquellas jurisdicciones que hayan establecido impuestos especiales más altos en aras de proteger la salud pública.

Consideramos que existe suficiente evidencia a favor de dificultar el acceso al alcohol a través de una amplia variedad de formas.

Ésta fue la segunda de las tres mejores medidas planteadas por el Foro Económico Mundial y la Organización Mundial de la Salud. Cuanto más fácil sea el acceso al alcohol, más se consume, y más daño se produce; cuando se dificulta el acceso al alcohol, se reducen el consumo y las consecuencias negativas del consumo. Así, el hecho de reducir el número de establecimientos de venta del alcohol, así como disminuir los días y los horarios de venta de alcohol, puede salvar vidas. La ubicación del alcohol dentro de los supermercados también es importante: si es fácil meterlo en el carro de la compra, más se compra. Si resulta más difícil, se compra menos.

Consideramos que existe suficiente evidencia a favor de prohibir todas las formas de comunicación comercial sobre el alcohol.

Ésta fue la tercera de las tres mejores medidas planteadas por el Foro Económico Mundial y la Organización Mundial de la Salud. Los estudios demuestran que, a mayor exposición a anuncios comerciales sobre el alcohol, más probable es que los no-bebedores empiecen a consumir alcohol, y mayor es la cantidad consumida por las personas que ya beben alcohol. El mero hecho de ver durante una hora una película con un gran número de escenas en las que se consume alcohol, o de ver

anuncios de bebidas alcohólicas, puede duplicar la cantidad consumida durante esa hora. Actualmente la mayoría de las comunicaciones comerciales se hacen a través de las redes y medios sociales, así que las prohibiciones también deben ser aplicadas a estos canales. La auto-regulación no funciona. Incluso si se retira un anuncio después de lanzarse, resulta demasiado tarde ya que a menudo el anuncio sobrevive, emitido a través de las redes sociales.

Consideramos que otras medidas pueden reducir el daño causado por el alcohol.

Muchas otras cosas pueden hacerse para facilitar que los bebedores puedan consumir menos. Por ejemplo: una regulación más estricta sobre la conducción y el alcohol reduce el consumo; el diseño físico y social, así como la forma de gestión de bares, discotecas y otros recintos donde se vende alcohol puede reducir la cantidad que se consume en cada ocasión. Establecer una edad mínima para poder comprar alcohol parece importante, aunque en algunos países lo sea mucho menos de lo que cabría esperar –sencillamente por el hecho de que, tal como afirman los propios jóvenes, no parecen tener dificultades a la práctica para conseguir alcohol debido a la falta de aplicación de la regulación sobre la compra de alcohol.

Consideramos que existe suficiente evidencia acerca de la necesidad de repensar algunas iniciativas como para que se pueda marcar una diferencia en la cantidad de alcohol consumida.

Una de éstas es la educación a la población infantil y a los jóvenes. Los jóvenes, por supuesto, son importantes –es necesario proteger la gran cantidad de cambios en la estructura del cerebro que ocurren durante la adolescencia; por otro lado, cuanto más tarde empiecen a beber los jóvenes, mejor es el nivel educativo obtenido, y menor es la probabilidad de volverse dependientes del alcohol más adelante. No obstante, y por desgracia, la evidencia coincide en señalar que la mayor parte de los programas educativos dirigidos a la población joven normalmente no consiguen cambiar sus pautas de consumo de alcohol de una manera consistente o sostenida en el tiempo. Quizás esto no sea nada sorprendente teniendo en cuenta el entorno en el que viven los jóvenes –muchos adultos jóvenes, padres, madres y personas de mediana edad no dan un buen ejemplo. A su vez, los jóvenes son expuestos a anuncios comerciales de todo tipo, especialmente a través de los medios sociales y los dispositivos de comunicación electrónicos, alentando a los no bebedores para que empiecen a consumir alcohol y fomentando que los que ya beben alcohol aumenten su nivel de consumo. La política educativa podría verse beneficiada por el hecho de incorporar un cambio conceptual, pasando de centrarse en influenciar las actitudes y opiniones para afectar el comportamiento a prestar más atención a cómo el propio comportamiento influencia las actitudes y opiniones, además de dar más apoyo a los programas educativos que involucren a los padres y a las madres.

Consideramos que existe suficiente evidencia a favor de una mejor prestación de consejo y tratamiento a las personas que tienen un consumo de alcohol excesivo y a las personas dependientes del alcohol, superando la brecha que existe actualmente entre la necesidad y la provisión de consejo y tratamiento.

Con independencia de cuales sean los programas o las políticas implementadas, muchas personas bebedoras seguirán desarrollando problemas con el alcohol. Para estas personas, el hecho de recibir consejo y tratamiento para reducir el consumo de alcohol ayuda a mejorar su nivel de salud, sobre todo si se les puede proveer de suficiente apoyo y ayuda. El problema es que solamente una porción muy pequeña de los que podrían verse beneficiados por este tipo de consejo y tratamiento reciben esta ayuda y, para demasiadas personas, se pierden demasiados años entre el desarrollo de un problema y la aparición de alguien que ofrezca ayuda para tratar el problema.

Nos preocupa que nuestros gobiernos no estén haciendo lo suficiente como para reducir el daño causado por el alcohol.

Muchos gobiernos han admitido que han estado desarrollando medidas desacertadas. En los cinco años que van de 2006 a 2010, según un informe emitido en 2012 por la Organización Mundial de la Salud, entre las políticas públicas que se fortalecieron en la Unión Europea estaban más educación y

campañas públicas, mientras que, entre las áreas que no se vieron impulsadas o bien que se debilitaron, estaban la política de precios y la publicidad. Justo lo contrario de lo que podría haber marcado una diferencia.

Nos preocupa que demasiados gobiernos y agencias gubernamentales no se relacionen de manera madura y eficaz con la industria del alcohol, los productores y los comerciantes.

A nuestro parecer, demasiado a menudo las conversaciones con la industria del alcohol se centran en estrategias poco eficaces, como la educación por sí sola o la auto-regulación de la publicidad, las cuales no van a tener un impacto significativo sobre la salud de la población. Estamos convencidos de que sería mucho más útil que se centraran las conversaciones sobre qué medidas concretas podría adoptar la propia industria para reducir el impacto negativo del consumo de alcohol en la salud. Una medida obvia sería la de retirar millones de gramos de alcohol del mercado, de manera que no fuera consumida por nadie. Ello se puede conseguir reduciendo la graduación alcohólica de las bebidas, de la misma manera en que las industrias alimentarias están reduciendo la cantidad de sal de sus productos.

Finalmente volvemos al punto de partida – nos preocupa profundamente que cada año haya 120.000 muertes prevenibles entre los ciudadanos de la Unión Europea de 15 a 64 años.

Esperamos que la valentía política pueda remediar esta situación, que no es difícil de afrontar. El Foro Económico Mundial y la Organización Mundial de la Salud ya nos han enseñado el camino con sus tres mejores medidas: el aumento del precio, la reducción del acceso al alcohol, y la prohibición de la publicidad. Y algunas jurisdicciones ya están demostrando su valentía- un ejemplo es Escocia, que ya ha introducido un precio mínimo por gramo de alcohol; Inglaterra y Gales también se plantean introducir esta medida. Otro ejemplo es Finlandia, que ha redactado una ley altamente eficaz sobre la publicidad.

Preparación de este manifiesto

Este manifiesto ha sido redactado por el equipo coordinador de AMPHORA, por cuenta de los científicos principales de AMPHORA, proyecto financiado por el 7º Programa Marco de la Comisión Europea (<http://www.amphoraproject.net/>). Todos los científicos participantes en el proyecto han tenido oportunidad para revisar y comentar el manifiesto.

Las opiniones expresadas en este documento no reflejan necesariamente las opiniones de las instituciones a las que pertenecen los científicos del proyecto AMPHORA.

Este manifiesto está disponible en versión video en el siguiente [enlace](#).